

Economía y producción

El mercado de la carne de conejo en España

Angel González Grau

(Mundo Ganadero, 1990, 1 (4): 63-68)

La producción cunícola, a nivel mundial, no tiene una gran importancia absoluta. La falta de estadísticas en la mayor parte de los países que la producen, contribuye al gran desconocimiento existente sobre el sector, que, no obstante, y como toda producción animal, presenta muy buenas perspectivas en determinadas circunstancias económico-sociales y culturales.

En 1982 la FAO estimaba la producción de carne de conejo en el mundo en más de 1.000.000 Tm, de las que el 24% correspondía a la URSS, Francia (18%), Italia (16%), España (12%), otros países europeos (15%) y otros países de Asia (15%) -Auxilia, M.J. 1984-. Para 1985, Buxadé (1988), estimaba la producción de la CEE-10, en unas 580.000 Tm.

Las favorables características de la producción cunícola, por su pequeño tamaño, alta prolificidad, ciclo biológico muy corto, alimentación herbívora fundamental, la hacen muy valiosa para aquellos países de elevada población, pequeña dimensión de la superficie territorial de la explotación agraria, alta demografía, con amplios sectores de población que pasan hambre, y en especial, bajo consumo de proteína animal.

En explotación extensiva, el conejo no compete con el hombre en el consumo de cereales, pues puede ser alimentado con forrajes y subproductos que le aportan los miembros más jóvenes de la amplia familia rural, y además, como monogástrico, la transformación de los nutrientes forrajeros en proteína animal resulta muy ventajoso frente a otras especies herbívoras.

Sin embargo, en los países de economía... desarrollada, como son los occidentales de la cuenca mediterránea (España, Francia e Italia), la producción cunícola ha alcanzado

tal grado de intensificación y necesita conseguir tan alta productividad para competir en el mercado, que su sistema de producción se muestra totalmente incardinado en la producción animal en su conjunto.

Actualmente en España, en la alimentación del conejo se han impuesto los piensos compuestos en más del 75% en la producción total. Únicamente así pueden conseguirse altos niveles de productividad, racionalizar la mano de obra, evitar desperdicios importantes y mantener el necesario ambiente higiénico-sanitario.

Hasta 1960, la cunicultura en su conjunto, salvo pequeños y limitados núcleos de mayor intensidad, era una cunicultura rural, asentada en el minifundio familiar de la producción, excepto algún pequeño excedente estacional dedicado a la venta local directa de animales en vivo en los clásicos mercados semanales de los núcleos de población más importantes.

Hacia finales de la década, evoluciona el sector hacia modelos más intensivos, transformando totalmente la filosofía imperante hasta entonces en la explotación del conejo. La cría de conejos más selectos, fundamentalmente cruces industriales de razas especializadas, alimentados con piensos equilibrados y totalmente adaptados a las fuertes necesidades del conejo, la utilización de equipo, material e instalaciones específicas, unido a un mayor y más profundo conocimiento de la filosofía cunícola, permiten alcanzar cotas productivas en vivo cercanas a las logradas en el ganado porcino, si bien el rendimiento a la canal es claramente inferior.

Iniciando el análisis en 1960, durante el primer período de 8 años la producción se muestra estática, con breves fluctuaciones anuales, reflejo de los avatares del clima,

niveles de renta y precios, que se entrecruzan en el mundo de la economía en su conjunto en general y el mercado nacional cárnico en particular.

En el siguiente período, 1969-75, se aprecia una tendencia claramente creciente y con mayor intensidad al final. Ello refleja la etapa del fuerte crecimiento de la economía española, frenada al final del período por la transmisión y llegada a España de los efectos de la crisis mundial de la energía desatada en 1973.

Durante los cuatro años del siguiente período (1976-79), se aprecia un cierto estancamiento en la producción, reflejo de las dificultades económicas de la transición política, que tiene que soportar fuertes incrementos en la cifra de población laboral en paro. En el período final (1980-87), se aprecia un ligero crecimiento, próximo al 1% anual, que denota la sensible recuperación económica presente en la nación. En consecuencia y para el análisis del mercado cunícola, partimos de una cifra de producción próxima a las 80.000 Tm, con un consumo aparente de 2 Kg/hab/año. La caza puede estimarse que aporta otros 0,250 Kg/hab.

Roca, 1987, indica la existencia de unas 120.000 explotaciones de conejos, de las que más del 80% lo son de objetivo de autoconsumo familiar y apenas aportan un 25% de la producción cárnica final. En el otro extremo, poco más de 3.000 explotaciones intensivas, industriales, aportan más del 30% de la producción de carne total.

Características de la carne de conejo

Bajo el punto de vista dietético, la carne de conejo resulta ser de una gran calidad al ser contemplada bajo diferentes parámetros cualitativos.

-Muy bajo contenido en grasa, que oscila desde el 3,7% en los músculos en general, hasta sólo un 1,2% en el músculo dorsal en particular.

-Resulta así ser una carne muy magra, con un bajo aporte calórico, tan sólo unas 160 Kcal/100 g, lo que la sitúa en cabeza de las carnes "light".

-En su composición, dominan claramente los ácidos grasos poliinsaturados, lo que determina su más fácil digestión y metabolismo.

-Se constata su bajo contenido en colesterol, lo que la hace muy adecuada en la dieta

de personas con alto riesgo en los niveles de este polialcohol.

-Alto valor proteico, alrededor de un 21%, lo que la sitúa entre los primeros niveles de calidad cuantitativa. Además, la estructura de los aminoácidos resultan estar muy bien equilibrada para las necesidades humanas.

Todo ello le confiere un alto valor biológico nutritivo cualitativo.

-Elevado contenido en Vit. PP y B₁ y B₂, manteniendo sanos: la piel, mucosas y sistema nervioso, así como el metabolismo energético y síntesis de tejidos.

-Alto contenido en Ca y P, facilitando así las funciones del crecimiento y renovación ósea, en tanto que mantiene bajos niveles en Na y K, factores que favorecen su utilización en la alimentación de obesos e hipertensos, remitiendo así sus excesos.

-Rica en Fe, del orden de los 3,5 mg/100 g de carne, lo que contribuye a disminuir la posible anemia fortaleciendo la salud y transmitiendo mayor vigor y resistencia orgánica.

Pese a tan claras ventajas y virtudes dietéticas, el consumo de carne de conejo resulta ser francamente bajo, en general. En una primera aproximación, ello obedece a lo complejo que resulta el mercado en su conjunto, hecho derivado tanto de los hábitos alimentarios, como de lo problemático que resulta su distribución comercial.

La demanda de carne de conejo resulta muy rígida y localizada, notablemente estancada e incluso ha resultado ser muy sensible ante informaciones tan alarmantes, como la de la aparición y desarrollo del virus hemorrágico.

Ciertamente, no hay que olvidar la hipersensibilidad del consumidor ante los temas de la sanidad alimentaria. Desde la intoxicación del aceite de colza desnaturalizado, las últimas campañas comunitarias sobre las hormonas en la producción cárnica, los peligrosos residuos de los nematocidas y las regulares apariciones estivales de las salmonelas, el peligro de una posible intoxicación colectiva preocupa a gran parte de la población.

La aparición de titulares sensacionalistas en los periódicos o las temerosas noticias radiotelevisivas, crean cierta preocupación o repugnancia colectiva hacia determinados productos, en lugares específicos. Pero una vez han vuelto a la normalidad las pautas del

consumo y se analiza la situación sin apasionamientos, se comprueba lo exagerado del peligro anunciado.

El virus hemorrágico, poco habitual en la cunicultura industrial, aunque más extendido entre el conejo de monte y la explotación familiar de autoconsumo, grave, pero no en mayor grado que otras enfermedades, incluso tiene menor entidad que la mixomatosis y menos trascendencia que la salmonelosis. En Francia e Italia, también se había extendido y los problemas no han tenido, ni con mucho, la trascendencia y gravedad que adoptó en España. No obstante, sólo un pausado y profundo análisis de los hechos acaecidos, con tranquilidad y a posteriori, pueden valorar y estimar la trascendencia real de lo ocurrido.

La preparación culinaria de la carne de conejo exige cierto tiempo, conocimientos y sobre todo, hábito de su consumo por parte de la población. En particular, hay escaso aprecio por la abundancia de hueso, aunque según el tipo de despiece puede ser tan sólo del 30%. Ello resulta poco atractivo para el consumidor innovador. En la hostelería tampoco tiene una penetración importante y es donde quizá la captación de adeptos pudiera ser más importante.

La distribución comercial se halla mal planificada, con márgenes oscilantes y resulta en la realidad ser un mercado marginal, muy reducido en algunas zonas. Prácticamente más del 40% del territorio nacional desconoce el conejo. Por otra parte, realmente hay pocos medios prácticos para colocar los posibles excedentes coyunturales.

Consumo de carne de conejo

Si problemática era la disponibilidad de estadísticas reales de producción, mucho más difícil es la obtención de cifras de consumo. Al autoconsumo, las pérdidas y las posibles variaciones de stocks, aunque mínimas, debería añadirse la producción comercializada y todo ello sin registro administrativo ni estadístico. Por consiguiente, vamos a analizar únicamente las cifras oficiales, sin prestarles una atención exclusiva ni exhaustiva, pero sí concederles el valor relativo correspondiente para realizar posibles comparaciones.

En la Encuesta de Presupuestos Familiares 1980/81-INE aparece un consumo medio nacional de 2,23 kg de conejo de granja, por habitante y año. Si bien es cierto que el conejo de caza viene a suponer tan sólo unas 10.000 Tm anuales y que para esa fecha la producción estimada comercializada era de 73.000 Tm, no es cifra que se separe mucho de la considerada como real, máxime teniendo en cuenta la compleja problemática de las encuestas familiares.

Lo más importante que nos señalan los resultados de las encuestas, es la fuerte disparidad de consumo a nivel regional. Tales disparidades son normales en el consumo cárnico general y para las diferentes especies, pero en el caso del conejo resultan aún más diferenciales.

En consecuencia, aparecen claramente diferenciadas y delimitadas las regiones realmente consumidoras de conejo, que son, por orden del nivel de su consumo por habitante y año:

Murcia: 5,04 - Aragón: 4,75 - Cataluña: 4,02 - Comunidad Valenciana: 3,89 - Navarra: 3,46.

es decir, la región levantina-noroeste, frente a las regiones prácticamente no consumidoras:

Canarias: 0,55 - Cantabria: 0,82 - Asturias: 0,87 - Madrid: 0,88 - Extremadura: 0,90 - Andalucía: 0,92.

A nivel nacional, en 1988 tan sólo un 32% de los hogares fue comprador de carne de conejo, lo que significa que apenas un tercio del total de hogares es consumidor. En Levante y Noreste, prácticamente el 50% de los hogares lo compran, en tanto que en Centro-Sur, Noroeste y Castilla-León tan sólo un 25% de los hogares son compradores. En Canarias y Andalucía sólo un 9 y 13% lo son, respectivamente y en el Norte un 31%.

A nivel económico de la clase social la proporción de hogares compradores se difumina mucho más y prácticamente entre el 29-35% se encuentra la totalidad. Por una parte, se contemplan todas las regiones en su conjunto y por otra, la clase media-baja presenta la máxima proporción como compradores (35%), hecho derivado de comprar menores cantidades, como acompañamiento o componentes de un plato, en tanto que la clase media compra mayor volumen para servirlo como plato completo.

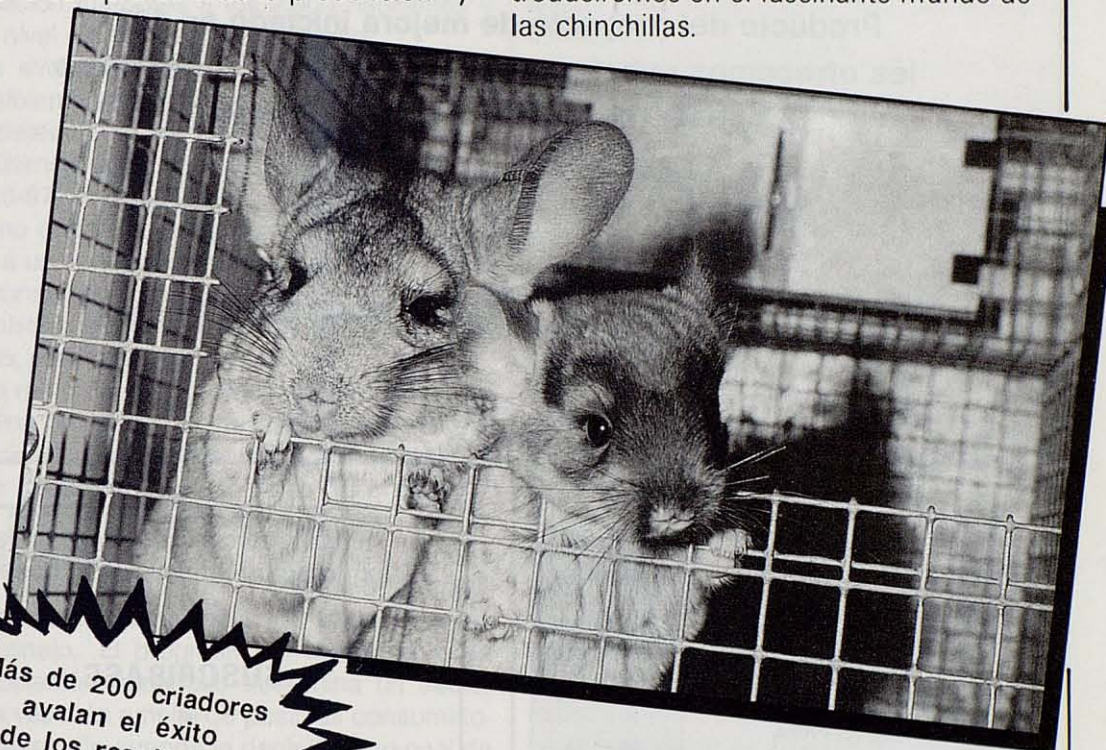
CHINCHILLA FREIXER, S.A. &



La cría de la chinchilla es EL NEGOCIO QUE ESTABA ESPERANDO. ¡CRIE CHINCHILLAS! Este animalito multiplicará su inversión en un tiempo reducido, llegando a sobrepasar el 100% de beneficios sobre el capital invertido. Le garantizamos la compra de toda la producción y

de sus descendientes. Su mantenimiento es mínimo. ESTA ES LA INVERSIÓN DEL FUTURO, una nueva alternativa a todo lo que usted conoce.

Visite sin compromiso nuestras instalaciones, donde le atenderemos y le introduciremos en el fascinante mundo de las chinchillas.



Más de 200 criadores
avalan el éxito
de los resultados

¡Le esperamos!

CHINCHILLA FREIXER, S.A.

- VENTA DE CHINCHILLAS REPRODUCTORAS
- COMPRA Y VENTA DE PIELES
- VENTA DE JAULAS, PIENSO Y DEMAS ACCESORIOS
- IMPORT / EXPORT
- VENTA AL MAYOR Y MINORISTAS
- INSTALACIONES INDUSTRIALES
- ACABADOS DE PELETERIA

Plaça Bisaura, 2 A. 08580 ST. QUIRZE DE BESORA
Tels (93) 855 10 55 - 855 11 36. Fax (93) 855 11 51
BARCELONA - SPAIN

Productos de la 1.^a y más grande
empresa de chinchillas de
EUROPA (M S Z)



ALEMANIA FEDERAL
Dieselstrasse, 19
6453 Seligenstadt, 3
Tel. 0 61 82 / 2 60 61 - 2 60 62
Fax 6182 / 28397

Explotación Cunicola

Granjas de Selección



**Producto del proyecto de mejora iniciado en 1982,
les ofrecemos nuestros reproductores «HC», así como
nuestra colaboración y experiencia.**

Acreditada como Explotación Cunicola de Selección por el Departament
d'Agricultura, Ramaderia i Pesca, de la Generalitat de Catalunya
(Orden del 5-11-84), con el n.º B/422/00.

Técnicas Cunicolas, S. A.

CAN LLOPART

Afuera, s/n

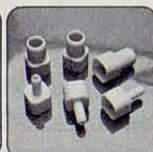
Tel. 772 56 89

08783 MASQUEFA (Barcelona)



**BEBEDEROS
VALVULA
COMPLEMENTOS
INSTALACIONES
CUNICOLAS**

- *BEBEDEROS VALVULA EN ACERO INOXIDABLE, PARA CONEJOS.
- *BEBEDERO N° 1 para acoplar a tubo rígido o a alargadera de nylon.
- *BEBEDERO N° 2 con MUELLE UNIVERSAL para manguera de Ø 10 y sujeción malla.
- *10 AÑOS DE GARANTIA.



- *TUBERIA RIGIDA PVC 22x22 (largos de 2m y a medida)
- *CONECTORES FINALES tubo rígido Ø 10 y 19 mm.

- *BALANZA PESAR CONEJOS, cap. 10 kg con cesta.

- *DEPOSITO REGULADOR PRESION AGUA, CON BOYA, cap. 8 litros.

- *TAMBIEN FABRICAMOS BEBEDEROS PARA AVES Y PORCINO.



Para mayor información contacte con

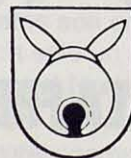
LEADER
PRODUCTOS AGROPECUARIOS, S.A.
IMPORT/EXPORT

Buscamos Distribuidores
Paseo de Cataluña, 4
NULLES (Tarragona)
Tel.: 977/ 60.25.15
Télex: 93921 JMVE-E

Si sus intereses son también la
explotación industrial del conejo

**SUSCRIBASE
a**

cunicultura



primera revista nacional del
Sector Cunicola

Solicite información a
**REAL ESCUELA OFICIAL Y
SUPERIOR DE AVICULTURA**
Plana del Paraíso, 14
Arenys de Mar (Barcelona)
Tel.: 93-792 11 37

Consideraciones finales

El mercado de la carne de conejo se muestra muy complejo. Como indica la teoría general del consumo, la renta y precios siguen siendo fundamentales como determinantes de su demanda, pero es el hábito de su consumo el que se presenta como factor definitivo a la hora de considerar el nivel de consumo alcanzado por habitante y año. El núcleo fundamental de sus consumidores se encuentra en el medio rural, en núcleos de población inferiores a los 2.000 habitantes y con nivel económico medio medio.

La evolución de la demanda se muestra sensiblemente estancada, pero los incrementos detectados, de unas 1.000 Tm/año, en los últimos ocho años del período estudiado -1980-87, significan que la lentitud de su dinamismo obedece más a factores económicos, que a un supuesto alto nivel de saturación de su consumo. Esto se aplica principalmente a los niveles socio-económicos de menor consumo, medio bajo y bajo.

Lo marginal de su proceso distributivo determina amplios y fluctuantes márgenes comerciales, que se muestran como factor limitante en los niveles más bajos del consumo.

El factor edad alta del consumidor medio, en la actualidad, y a un plazo medio, supone una clara ventaja para un consumo tan tradicional como se ha mostrado el de la carne de conejo. El progresivo envejecimiento de la población española, determina un sector cada vez más amplio de posibles consumidores, pero ello supone la decisión personal de

consumir la carne que dietéticamente resulta más acertada para su salud.

No hay que olvidar el amplio potencial que aún encierra el sector hostelero y consumo institucional si la adecuada promoción publicitaria y la elaboración de los despieces apropiados hacen más fácil la demanda de conejos por ambos sectores. La cada vez mayor proporción de comidas realizadas fuera del hogar amplían favorablemente dicho mercado, que a su vez, puede convertirse en el inicio del consumo por parte de quien actualmente no es consumidor, por desconocimiento.

La tendencia creciente en el consumo de platos precocinados y comidas preparadas, supera el problema de los laborioso de su cocinado y puede también suponer una buena salida para posibles aumentos de la producción, en un sector que mantiene una alta capacidad de ampliación.

Frente a la competencia comunitaria, los análisis realizados hasta la fecha indican, cómo es el mercado interior el auténtico protagonista de la producción española de carne de conejo, detectando el consumo de canales algo más pesadas en el mercado francés e italiano y no pudiendo competir con los precios comerciales, políticos y dumping, de la China y países del Este, a los que la reciente apertura política no puede más que favorecer. Además, en el mercado de mayor nivel consumidor, el francés, se ha detectado ya una regresión en su consumo, aún localizado espacialmente, pero que puede extenderse y bajar notablemente el consumo general. □

cunicultura

constituye una publicación indispensable para todo cunicultor, pues en ella no sólo encontrará abundante información técnica y práctica, sino que a través de sus anunciantes y Guía Comercial por secciones podrá hallar las referencias que necesite para la adquisición de jaulas, pienso, instalaciones, medicamentos, vacunas, animales selectos, libros y todos aquellos elementos que puedan resultarle de utilidad.

Consulte la Guía Comercial para programar sus compras, ya que las firmas que colaboran en ella hacen posible la continuidad de "CUNICULTURA".